

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- _____. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Baron, R.A dan Byrne, D. (2012). *Psikologi Sosial*. Jakarta : Erlangga.
- Bong, S. (2011). Pengaruh In-Store Stimuli terhadap Impulsive Buying Behaviour Konsumen Hymermarket di Jakarta. *Jurnal Manajemen*. 1 (3), 31-52.
- _____. (2012). Pengaruh Karakteristik Personal terhadap Perilaku Belanja Impulsif Konsumen Ritel Hymermarket di Jakarta. *Jurnal Manajemen*. 2 (7), 47-66.
- Dariyo, A. (2004). *Psikologi Remaja*. Bandung : PT Refika Aditama.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D., dan Miniard, P.W. (2013). *Perilaku Konsumen*. Tangerang : Binarupa Aksara.
- Hadi, S. (2007). *Metodologi Research*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Indah, P.S. (2014). The Park Mall Gelar All About Woman. *Artikel*. <http://dok.joglosemar.co/baca/2014/09/20/the-park-mall-gelar-all-about-woman.html>.
- Kartajaya, H dan Winasis, N. T. (2010). Mall Sweet Mall. *Artikel*. <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2010/12/15/09142145/.quot.Mall.Sweet.Mall.quot>.
- Kosasi, H. W. (2014). Analisis Pengaruh Faktor Demografi dan Promosi terhadap Munculnya Impulse Buying pada Produk Keetori di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 1 (2), 1-8.
- Kotler, P. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Mantiri, G.P dan Andriani, F. (2012). Pengaruh Konformitas dan Persepsi Mengenai Pola Asuh Otoriter Orang Tua Terhadap Kenakalan Remaja (Juvenile Deliquency). *Jurnal Psikologi Perkembangan dan Pendidikan*. 2 (1),1-8.
- Minor, M dan Moven, J.C. (2006). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Mulyono, F. (2012). Faktor Demografis Dalam Perilaku Pembelian Impulsif. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 1 (8), 88-105.

- Munandar, A.S. (2011). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta : Universitas Indonesia Press.
- Myers, D.G. (2012). *Social Psychology*. 10th Edition. New York: McGraw-Hill.
- Rohman, F. (2009). Peran Nilai Hedonik Konsumsi dan Reaksi Impulsif sebagai Mediasi Pengaruh Faktor Situasional terhadap Keputusan Pembelian Impulsif di Butik Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. 2 (7), 251-261.
- Santrock, J.W. (2009). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Sarwono, S dan Meinarno, E.A. (2011). *Psikologi Sosial*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Sarwono, S.W. (2004). *Psikologi Remaja*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- _____. (2013). *Psikologi Remaja*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Sears, D.O., Feedman, J.L., dan Peplau, L.A. (2006). *Psikologi Sosial*. Jakarta : Erlangga.
- Sebayang, J. (2011). Hubungan antara Body Image dan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Siswi Kelas XI SMA Negeri 7 Surakarta. *Skripsi*. Surakarta : Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Setyaningrum, A. (2007). Hubungan Konformitas Dengan Kemandirian Dalam Pengambilan Keputusan Pada Mahasiswa. *Skripsi*. Semarang : Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sitohang, A. (2009). Hubungan antara Konformitas terhadap Kelompok Teman Sebaya dengan Pembelian Impulsif Pada Remaja. *Skripsi*. Semarang : Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro.
- Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Taylor, S.E., Peplau, L.A & Sears, D.O. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta : Kencana.

- Utami, A.F dan Sumaryono. (2008). Pembelian Impulsif Ditinjau dari Kontrol Diri dan Jenis Kelamin pada Remaja. *Jurnal Psikologi Proyeksi*. 1 (3), 46-57.
- Uyanto, S.S. (2009). Pedoman Analisis Data dengan SPSS. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Wathani, F. (2009). Perbedaan Kecenderungan Pembelian Impulsif Produk Pakaian Ditinjau Dari Peran Gender. *Skripsi*. Sumatra Utara: Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara.